

首都圏外郭部の観光地におけるインバウンド受容意向と対応方策～長瀨町を事例とした基礎的調査～

ものつくり大学大学院 新井 達也
ものつくり大学訪問研究員 守家 和志
ものつくり大学大学院 早川 征太
ものつくり大学大学院 田尻 要
埼玉県立いずみ高等学校実習助手 木村 奏太

1. 本研究の背景と目的

日本を訪れる外国人観光客は 2013 年以降急増しており、観光業の新たなマーケットとして注目されている。政府は 2020 年にインバウンド観光客数 4,000 万人の達成に向け様々な施策を講じており¹⁾、国を挙げて観光を日本の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」を実現すべく具体的な事業等を展開させている。さらに近年では、IOT や ICT デバイス(スマートデバイス)を活用した観光サービスの開発、普及による利便性の向上から今後も更なる外国人観光客の増加が予想されている。

しかしながら、首都圏のみで加速度的に増加傾向にある外国人観光客を受け入れることは困難であり、首都圏の外郭部や地方へ訪れる機会が今後ますます増加すると考えられ、外郭部におけるインバウンド施策に着目した地域観光資源の開発や観光プログラムの形成が検討されている^{2)~3)}。とくに首都圏の外郭部に存在する観光地は、高速鉄道等を利用しなくても東京から日帰りまたは 1 泊程度で移動できるような比較的近距离に存在するため、海外からの潜在的な需要は高いと考えられる。

本研究で対象とした埼玉県秩父郡長瀨町は、埼玉県西部に位置し、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンで評価を得ている宝登山神社やジオパークなど、日本文化や自然が気軽に堪能できる観光地である。現在でも一定の外国人観光客は来訪し、各種の案内デバイスは整備されている一方で、住民の受容意向は必ずしも十分に把握されているとは言い難い。外国人観光客を継続的に来訪してもらうためには、観光資源の開発のみならず、地域住民の受容体制の整備によるおもてなしの品質向上を行う必要がある^{4)~5)}。

そこで本研究では、埼玉県秩父郡長瀨町を事例とし、地域住民の受容意識の向上がインバウンド施策の重要な課題のひとつであることを鑑みて基礎的調査を実施し対応方策の検討を行った。

2. 研究対象地域の概要

埼玉県秩父郡長瀨町の所在地を **図-1** に示す。長瀨町は埼玉県西部に位置し、都心から長瀨町へのアクセスは電車または自動車でも 2 時間以内の範囲である。面積は約 30.4ha あり、美里町、寄居町、皆野町、本庄市と隣接する。周囲を宝登山等の山々に囲まれており、町の中央には荒川が流れ、長瀨溪谷が形成されている。長瀨町は埼玉県を代表する豊富な観光資源に恵まれ、まちを挙げて観光まちづくりを推進している。

長瀨町の観光入込客数は、2001 年の 2,154 千人から、年平均 2 万人程度観光客が増加し、2017 年には約 3,113 千人が訪れており、今後も外国人観光客も含め、更なる観光客の増加が予想される。

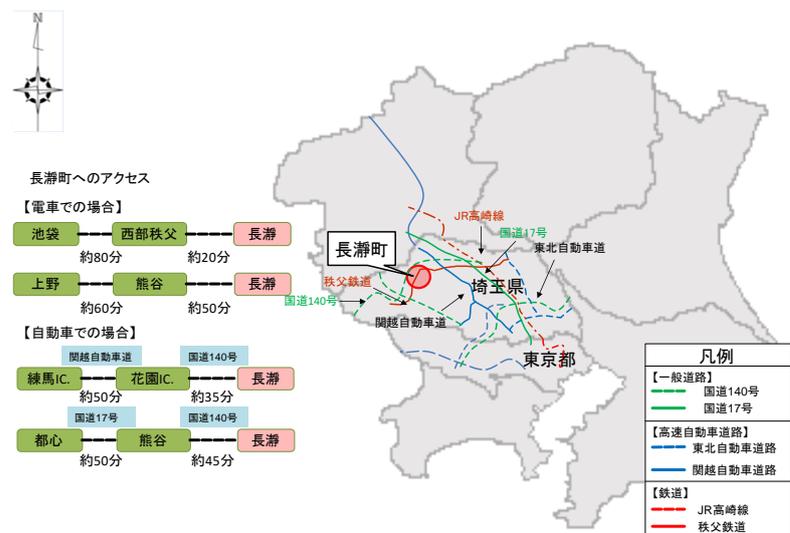


図-1 対象地域の概要

3. 調査概要

長瀬町におけるインバウンド施策の対応方策を提案するためには、長瀬町住民のインバウンドに関する受容意向を把握することが必要である。そこで本研究では長瀬町の全世帯を対象に「インバウンド施策の認知」、「異文化への関心」、「異文化との関わりの有無」、「インバウンド施策に関するスマートデバイスの認知」を調査項目としたアンケート調査を実施した。調査の概要を表-1に示す。

表-1 アンケートの調査概要

No.	項目	概要
1	調査対象	長瀬町全世帯
2	調査日	2018年7月16日(月)、17日(火)の計2日間
3	調査方法	長瀬町内の全戸に直接訪問・対面依頼 (不在の場合はポストイング)
4	配布世帯数	2,452世帯
5	回収世帯数	422世帯
6	回収率	17.20%

4. アンケート調査結果の分析

アンケート調査の結果について一部を以下に示し考察する。

(1) 住民のインバウンド施策に関する現状把握

はじめに、長瀬町住民におけるインバウンド施策に関する認知度を図-2に、外国人との交流経験の有無を図-3に示す。図-2より、埼玉県内の主要な観光地である長瀬町においてインバウンド施策を知っている住民が約2割と認知度が低いことが分かる。いっぽう、図-3より約4割の住民が外国人との交流経験有りと回答しており、インバウンド施策の認知度よりも高い傾向である。長瀬町ではインバウンド施策に関する知識や対応方策に先んじて、外国人観光客に対応している点に着目する。

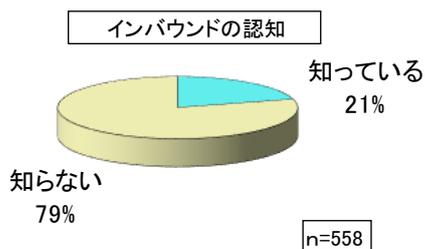


図-2 インバウンド施策の認知度

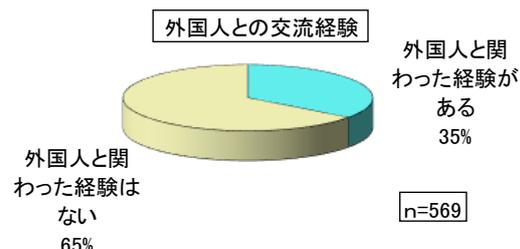


図-3 外国人との交流経験の有無

(2) 回答者のカテゴリー分類の定義

インバウンド施策に関するおもてなしの品質向上には、受容側である住民のインバウンド施策の周知・知識の向上や実際に外国人と交流し経験値を上げる必要がある。

そこで、本研究ではインバウンド施策の認知度と外国人との交流経験の有無がインバウンド受容に与える影響を把握するため、回答者を4つのカテゴリーに分類し表-2に示す。

各カテゴリー分類の定義は以下の通りとした。

表-2 回答者のカテゴリー分類

		外国人との交流経験	
		経験がある	経験はない
インバウンドの認知	知っている	経験・認知層 A インバウンドを知っている × 交流経験あり	認知層 B インバウンドを知っている × 交流経験なし
	知らない	経験層 C インバウンドを知らない × 交流経験あり	未経験・未認知層 D インバウンドを知らない × 交流経験なし

A: 経験・認知層:

外国人との交流経験とインバウンド施策の知識の双方を理解している層。インバウンド受容の形成に最も重要な層であり、この層を増加することで良好なインバウンド受容が向上すると考えられる。

B: 認知層:

インバウンド施策に関しての知識は有しているものの、外国人と交流した経験はなく、実際のインバウンド施策への対応に知識が活かされるか不透明な層。

C: 経験層:

外国人との交流経験はあるものの、インバウンド施策に関する知識が不足しており、適切な対応が行えるか不透明な層。

D:未経験・未認知層:

外国人との交流経験がなく、インバウンド施策に関する知識も不足しており、良好なインバウンドの対応が困難な層。

以上の4つのカテゴリーに分類し、交流経験と認知度の関連性がインバウンド受容に及ぼす影響を抽出する。

(3) 交流経験・認知度別に着目したインバウンド受容意向の把握

カテゴリー分類した回答者の交流経験ならびに認知度別に着目したインバウンド受容意向を図-4に示す。

図-4より、外国人観光客の増加に対して、いずれの層も経験・認知度に関わらず6割以上の良い評価とあるが、外国人との交流経験がない層である「B:認知層」、「D 未経験・未認知層」では、約1割の回答者が良くない印象を抱いていることも分かる。次に、将来の外国人観光客との交流意向では、外国人と交流経験のある「A:経験・認知層」、「C:経験層」において、5割以上が関わっていきたいと回答している。これは、自身の経験から外国人に好印象を持っており、評価や交流意向に反映されていることが伺える。

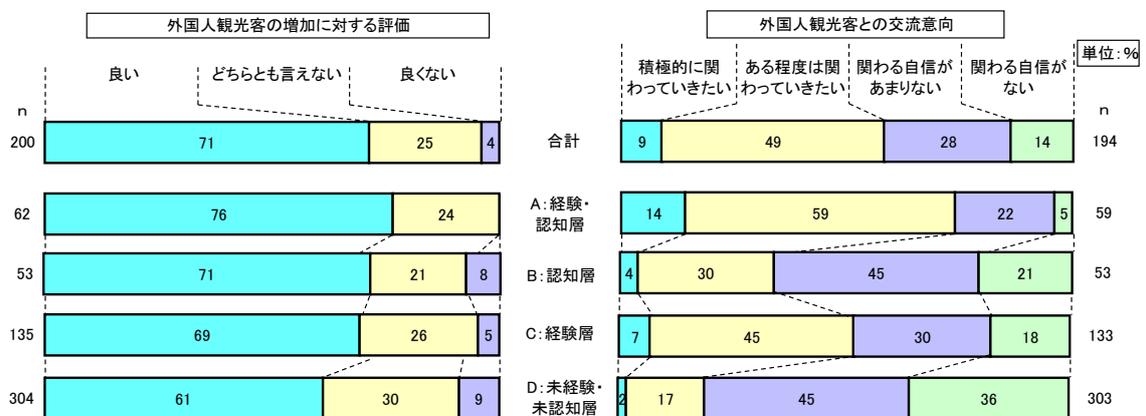


図-4 交流経験・認知別に着目した外国人観光客への評価(左図)と将来交流意向(右)

次に、インバウンド施策に伴う民泊の受け入れ、地元への居住・就労の受け入れについての意向を図-5に示す。図-5より、民泊の受け入れについて、「A:経験・認知層」の約3割で受け入れ意向があるが、その他の層では約4割が民泊受け入れに否定的であった。民泊は自宅に泊まる場合や民泊新法による許可手続きなどの知識が必要であり、交流経験とインバウンド施策の認知の双方を理解している「A:経験・認知層」で民泊受け入れの可能性があることが伺える。居住・就労の受け入れについては、「A:経験・認知層」、「C:経験層」において、約4割で受け入れたい意向がある。地元への居住・就労は民泊のように直接自身に関わらずとも地域で受け入れることから、外国人への印象が良好な層が高い傾向であると考えられる。

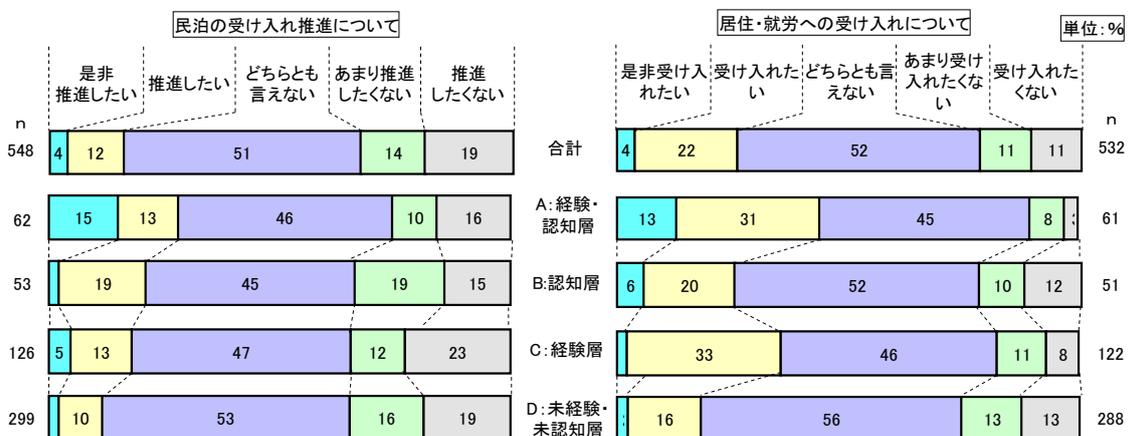


図-5 交流経験・認知別に着目した民泊受け入れ意向(左図)と居住・就労受け入れ意向(右図)

前述の交流経験・認知度別に着目したインバウンド受容意向の結果を取りまとめ表-3に示す。

交流経験と認知度の高い「A:経験・認知層」はいずれの受容意向も高い。この層の住民に対しては、率先して外国人観光客の受け入れに参加・協力を得ることで、受容意向の低い層にも経験・認知への関心が伝わり、取り組みが向上する波及効果も期待できる。

次に、インバウンド施策の認知度の有無と外国人との交流経験の有無を比較すると、交流経験の有無が受容意向に影響していることが伺える。周知や教育で知識を得ても、直接外国人との関わりが無いことで、足踏みし受け入れ意向が低くなる傾向があり、インバウンド施策の受け入れを拡大するには、外国人との交流機会を増やしていくことが有効と考えられる。

表-3 カテゴリー別のインバウンド受容意向

		外国人との交流経験	
		経験がある	経験はない
インバウンドの認知	知っている	A:経験・認知層 ○外国人観光客の増加 ○将来交流意向 ○民泊受け入れ ○居住・就労受け入れ	B:認知層 ○外国人観光客の増加 (約1割否定的) △将来交流意向 △民泊受け入れ △居住・就労受け入れ
	知らない	C:経験層 ○外国人観光客の増加 ○将来交流意向 △民泊受け入れ ○居住・就労受け入れ	D:未経験・未認知層 ○外国人観光客の増加 (約1割否定的) ×将来交流意向 ×民泊受け入れ ×居住・就労受け入れ

○:高評価 △:どちらとも言えない ×:低評価

(4) 交流経験別に着目した外国人観光客の評価について

外国人との交流経験の有無がインバウンド受容意向に影響することに着目し、交流経験別の外国人観光客の増加に対する評価を図-6に示す。図-6より、過去に外国人と交流した経験のある回答者と比べ、交流経験のない回答者の方が、外国人観光客への良い評価が約1割低く、良くない評価も2倍以上多くなる傾向である。

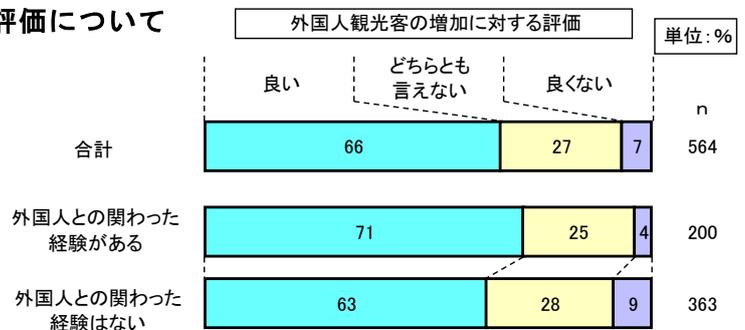


図-6 交流経験別の外国人観光客への評価

そこで本項では外国人観光客への評価と外国人との交流経験の有無別に分類し(表-4)、高評価の理由と低評価の理由を抽出する。

各カテゴリー分類の定義は以下の通りとした。

①:高評価・経験層:

外国人との交流経験があり、評価が高い層。外国人観光客にも不安な印象は少ないと考えられる。

②:高評価・未経験層:

外国人との交流経験はないものの、評価は高い層。交流経験の印象によっては、評価が低評価となる可能性がある。

③:低評価・経験層:

外国人との交流経験はあるものの、評価が低い層。交流した際に、良好な印象を持たず、払拭するような機会を与える必要がある。

④:低評価・未経験層:

外国人との交流経験はなく、評価も低い層。情報や印象が先行し否定的となっている可能性がある。

表-4 外国人観光客への評価と交流経験の有無によるカテゴリー分類

		外国人との交流経験	
		経験がある	経験はない
外国人観光客への評価	高い	高評価・経験層 ① 外国人観光客への評価が高い × 交流経験あり	高評価・未経験層 ② 外国人観光客への評価が高い × 交流経験なし
	低い	低評価・経験層 ③ 外国人観光客への評価が低い × 交流経験あり	低評価・未経験層 ④ 外国人観光客への評価が低い × 交流経験なし

図-7に、外国人観光客への評価と交流経験の有無別に着目した外国人観光客の増加に関する評価の理由を示す。

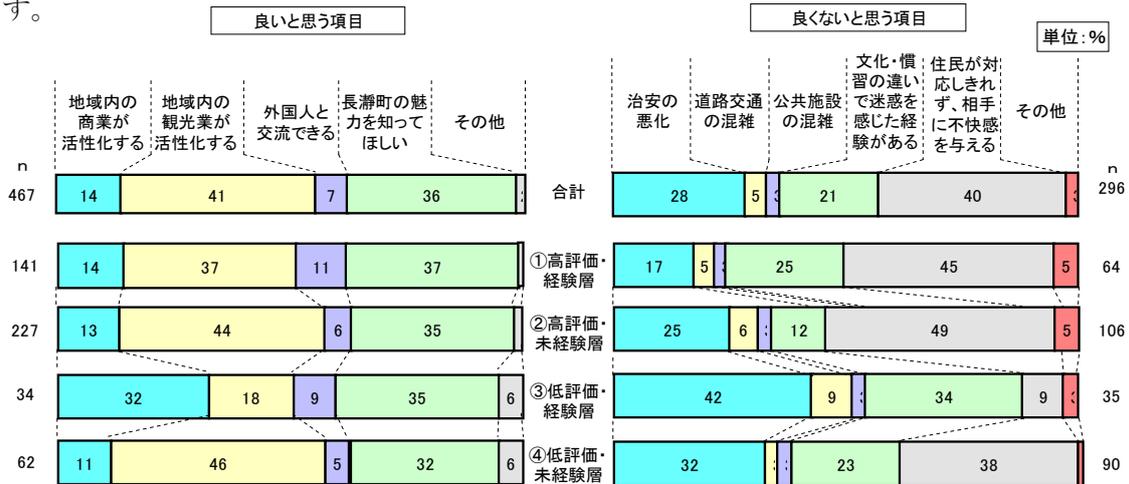


図-7 経験別の外国人観光客増加の「良い項目(左図)」と「良くない項目(右図)」

図-7 より、外国人観光客の増加が良いと思う項目について、「①高評価・経験層」と「②高評価・未経験層」の約4割が地域の観光活性化に期待していることが伺える。また、交流経験のある「①高評価・経験層」と「③低評価・経験層」で約1割が交流に期待しており、交流経験の実績によるものと考えられる。観光客増加で良くないと思う項目では、「③低評価・経験層」で治安の悪化を懸念する回答が4割以上と多く、続いて迷惑を感じた経験もあることが低評価につながっていることが伺える。いっぽうで、高評価の「①高評価・経験層」と「②高評価・未経験層」では約5割の回答者が自身よりも周囲で迷惑を感じる可能性を懸念している。

つまり、交流経験で受けた印象が、外国人への評価に直接つながっていることが言える。評価の低い層である「③低評価・経験層」では、過去の経験による不安や防犯面などの否定的な印象を払拭し、あわせて「④低評価・未経験層」にも、不安や迷惑な印象を与えないような交流機会を設けることが重要である。

以上の結果を取りまとめ表-4に示す。「①高評価・経験層」は周囲へも気づかうことから、この層を中心に、未経験層と低評価層に良好な印象を与える交流機会を設けることが有効である。また防犯面については特に配慮が必要である。

表-5 カテゴリー別の対応方針

		外国人との交流経験	
		経験がある	経験はない
外国人観光客への評価	高い	①高評価・経験層 ○自身が良い交流を経験しており、周囲にも気づかひがある。	②高評価・未経験層 △防犯面の不安を与えないよう交流機会を設ける。
	低い	③低評価・経験層 △過去の経験による印象、防犯面の不安を払拭させる。	④低評価・未経験層 △防犯面の不安を与えないよう交流機会を設ける。

○: 評価の高い点 △: 注意すべき点

(5) スマートデバイスの導入について

外国人観光客の受け入れには、住民の受容意向の向上と併せてハード整備も必要である。図-8にインバウンド施策の認知度ならびに外国人交流経験の有無別に着目した長瀬町で展開されている外国人観光客向け観光サービスの認知度を示す。図-8より、インバウンド施策を認知している回答者の約2割が無料Wi-Fi店舗を把握している。これは外国人観光客の、スマートフォンやタブレットなどの使用頻度が高く、インターネット通信は必要不可欠であること理解しているためと考えられる。さらに、交流経験のある回答者は、QRコードを利用した音声案内の認知度が高い。長瀬町を訪れる外国人観光客のなかで広まっており、そこから交流した外国人と情報共有し認知している可能性が伺える。

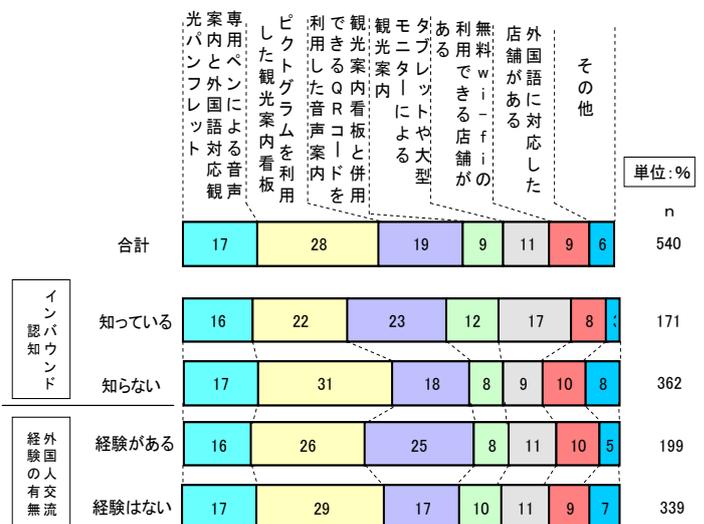


図-8 長瀬町で展開されている観光サービスの認知度

5. 総括

本研究では、埼玉県秩父郡長瀬町を事例とし、地域住民の受容意識の向上がインバウンド施策の重要な課題のひとつであることを鑑みて基礎的調査を実施し対応方策の検討を行った。

その結果から、以下の知見を得た。

- 1) 外国人との交流経験の有無とインバウンド施策に関する認知度をカテゴリー分類し、インバウンド受容意向を抽出した。その結果、「A:経験・認知層(外国人との交流経験とインバウンド施策の知識の双方を理解している層)」はいずれの受容意向も高いことから、率先して外国人観光客の受け入れに参加・協力を得ることで、受容意向の低い層にも経験・認知への関心が伝わり、取り組みが向上する波及効果も期待できる。
- 2) インバウンド施策の認知度の有無と外国人との交流経験の有無を比較すると、交流経験の有無が受容意向に影響していることが伺える。周知や教育で知識を得ても、直接外国人との関わりが無いことで、足踏みし受け入れ意向が低くなる傾向があり、外国人観光客の受け入れを拡大するには、外国人との交流機会を増やしていくことが有効と考えられる。
- 3) 外国人観光客への評価と外国人との交流経験の有無別に分類し、高評価の理由と低評価の理由を抽出した。その結果、「①高評価・経験層(外国人との交流経験があり、評価が高い層)」は周囲へも気づかうことから、この層を中心に、未経験層と低評価層に良好な印象を与える交流機会を設けることが有効である。また防犯面については特に配慮が必要である。
- 4) 外国人観光客の受け入れには住民の受容意向の向上も必要であるが、あわせてハード整備も重要である。その中で、スマートフォンやタブレットなど使用頻度が高く、インターネット通信に必要な無料 Wi-Fi 設置と、QR コードを利用した音声案内の整備は効果的と考えられる。

【謝辞】

本研究を行うにあたり、埼玉県農林部農業ビジネス支援課、長瀬町企画財政課・産業観光課をはじめとする各関係機関よりご助言ご協力を賜りました。厚く御礼申し上げます。

【参考文献】

- 1) 国土交通省観光庁:観光白書 平成30年版, 国土交通省 HP, <http://www.mlit.go.jp/common/001237338.pdf>
- 2) 箕浦之治, 菊本舞:インバウンドによる地域活性化に関する研究 岐阜県大垣市及び西美濃地域の観光振興を事例として, 地域経済, Vol.37, pp.29-49, 2018.
- 3) 辻のぞみ:日本のインバウンド観光政策の変遷についての一考察, 名古屋短期大学研究紀要 = Bulletin of Nagoya College, Vol.56, pp.135-150, 2018.
- 4) 新井直樹:インバウンド観光と地域振興, 地域政策研究, Vol.19-3, pp.19-37, 2017.
- 5) 野口暢子:信州における外国人観光客受け入れの現状と課題, 自治体学会誌, Vol.29-2, pp.22-25, 2016.